



META-ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS TERHADAP USAHA UKM KULINER

Lis Sundari¹, Nadirah Aswari Lubis², Fatma Tresno Ingtyas³, Laurena Ginting⁴

lissundari7282@gmail.com¹, nadiraaswari1@gmail.com², fingtyas@yahoo.com³,

laurenaginting2011@gmail.com⁴

Universitas Negeri Medan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pemasaran dan pengembangan bisnis terhadap keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di sektor kuliner di Indonesia. Dengan menggunakan metode meta-analisis, penelitian ini mengumpulkan data dari 30 jurnal yang relevan, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak kedua faktor tersebut. Proses analisis dimulai dengan merumuskan masalah penelitian, kemudian melakukan penelusuran literatur untuk menemukan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa pemasaran dan pengembangan bisnis secara signifikan dapat meningkatkan performa UKM kuliner, dengan peningkatan yang terukur berkisar antara 7,5% hingga 95,6%. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran yang efektif dan inovatif, serta pengembangan bisnis yang berkelanjutan dalam menghadapi tantangan kompetitif di industri kuliner. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang, didorong oleh kekayaan budaya dan inovasi yang terus menerus. Melalui analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh UKM kuliner dan strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi persaingan. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori pemasaran dan bisnis, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi pelaku UKM kuliner dalam merumuskan strategi yang efektif untuk mencapai keberhasilan dalam industri yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Meta Analisis, Pemasaran, Pengembangan Bisnis, UKM Kuliner.

Abstract: This study aims to explore the influence of marketing and business development on the success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in the culinary sector in Indonesia. Using a meta-analysis method, this study collected data from 30 relevant journals, allowing researchers to gain a more comprehensive picture of the impact of both factors. The analysis process begins with formulating the research problem, then conducting a literature search to find the results of previous studies. The results of the analysis show that marketing and business development can significantly improve the performance of culinary SMEs, with measurable increases ranging from 7.5% to 95.6%. These findings emphasize the importance of effective and innovative marketing strategies, as well as sustainable business development in facing competitive challenges in the culinary industry. This study also identifies that the culinary industry in Indonesia has great potential to grow, driven by cultural richness and continuous innovation. Through qualitative descriptive analysis, this study provides in-depth insights into the challenges faced by culinary SMEs and strategies that can be applied to overcome competition. Thus, the results of this study not only contribute to the development of marketing and business theory, but also provide practical guidance for culinary SMEs in formulating effective strategies to achieve success in an increasingly competitive industry.

Keywords: Meta Analysis, Marketing, Business Development, Culinary SMEs.

PENDAHULUAN

Industri kreatif dikenal sebagai industri yang berpusat pada keterampilan individu yang dapat timbul dari bakat alami atau pelatihan yang digiatkan dalam jangka waktu yang panjang (Poerwanto & Shambodo, 2020). Saat ini industri kreatif mempunyai potensi besar di Indonesia karena kaya akan budaya dan tradisi yang menjadi sumber kreativitas (Pratama & Maulida, 2022). Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, menunjukkan sektor industri kreatif diperkirakan akan terus tumbuh sekitar 7% per tahun (Rahayu, 2017). Tiga subsektor utama dalam industri kreatif yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB adalah kuliner, fashion, dan kriya. Di antara ketiganya, industri kuliner menempati posisi teratas, yang dapat dilihat dari pesatnya perkembangan rumah makan dan kafe di berbagai kota (Fitriani & Satyarini, 2023). Industri kuliner semakin menarik karena menyediakan makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar manusia. Disamping itu, dengan variasi rasa dan inovasi pada penyajian membuat perusahaan terus bergerak dan berkembang (Nasution, et al., 2024)

Industri kuliner di Indonesia sudah menjadi salah satu elemen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara, hal ini juga berperan dalam mempercepat distribusi pembangunan di berbagai wilayah (Suci, 2008). Industri kuliner memberikan keuntungan berlimpah apabila menggunakan strategi bisnis yang lebih strategis, ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah produk kuliner di berbagai macam kota seperti food court, cafe, warung hingga restoran (Priantana & Istiyanto, 2019). Disisi lain, industri kuliner juga menghadapi berbagai persaingan dan tantangan. Usaha kecil dan menengah (UKM) pada kuliner menghadapi tantangan agar tetap kompetitif, terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Gonda, Gorgenyi, Nathan, & Fekete, 2020). Terdapat persaingan yang ketat di setiap industri di seluruh dunia dan Indonesia menghadapi banyak tantangan dan persaingan yang ketat di industri kuliner, hal ini termasuk: mengakses keuangan dan pasar internasional, menanggapi kebutuhan pasar, memperoleh dukungan pemerintah/kebijakan yang relevan, pemasaran, penerapan teknologi untuk penelitian dan pengembangan, menetapkan harga yang kompetitif, dll (Wahyono, Supriandi, & Pontoan, 2023).

Masa kini persaingan didalam dunia bisnis semakin laju, industri yang tidak bisa mengikuti perkembangan bisnis akan sulit untuk bersaing dengan industri yang lain (Sanjaya, Shelawati, Ghati, & Berama, 2020). Oleh sebab itu, setiap industri membutuhkan manajemen strategi untuk bisa bersaing dengan yang lain sehingga mendatangkan keunggulan kompetitif dan mendapatkan pangsa pasar besar. Usaha kecil dan menengah kuliner dapat menerapkan strategi-strategi yang berbeda untuk mengatasi persaingan ini. Misalnya, pendekatan kolaboratif dengan berbagai pemangku kepentingan dapat menurunkan standar seluruh bidang permasalahan yang teridentifikasi (Hofmann, Jacob, & Pizzingrilli, 2022). Dengan mengintegrasikan keputusan yang kompleks kedalam model bisnis, industri kuliner dapat mengembangkan industri yang berkelanjutan. Setiap masalah strategis dalam perusahaan, terutama yang berhubungan dengan persaingan dapat diselesaikan dengan pemilihan strategi yang baik (Rahim & Radjab, 2016). Penelitian (Utama, 2020) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting saat akan menjalankan usaha. Dalam penentuan pasar sasaran dan penentuan posisi pasar, strategi pemasaran menjadi bagian penting. Selain itu, diperlukan adanya strategi pengembangan yang baik terhadap kemampuan bisnis kuliner untuk memenangkan persaingan (Zulfikri & Iskandar, 2022). Dampak strategi pemasaran dan pengembangan bisnis kuliner telah dipelajari dalam berbagai konteks. Sebagai contoh

dalam penelitian (Ariza & Aslami, 2021) menemukan bahwa strategi pemasaran yang kompetitif mampu mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar yang mengarah pada ceruk pasar. Studi lain menunjukkan bahwa dengan pengembangan ekonomi kreatif dan kerjasama yang menguntungkan dengan berbagai pihak maka permasalahan dalam industri kuliner dapat diatasi (Sari, 2018). Berdasarkan hal ini, peneliti mengangkat kedua strategi sebagai objek penelitian yang akan digunakan untuk mengisi celah kosong dengan menyelidiki strategi pemasaran dan pengembangan bisnis dalam UKM kuliner agar mampu mengatasi tantangan dan persaingan industri saat ini maupun dimasa depan.

METODE

Penelitian ini mengaplikasikan metode meta-analisis dengan meninjau sejumlah artikel dari jurnal nasional yang dapat diakses secara daring melalui Google Scholar. Dalam penelitian meta-analisis ini, sampel yang digunakan terdiri dari 30 artikel yang relevan dari jurnal nasional, yang berkaitan dengan kata kunci seperti "Pemasaran", "Pengembangan Bisnis", dan "UKM Kuliner".

Berdasarkan penelurusan menggunakan kata kunci "Pemasaran", "Pengembangan Bisnis" dan "UKM Kuliner", maka diperoleh beberapa jurnal yang selanjutnya dipilih sesuai dengan kriteria judul yang dibahas. Teknik analisis yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif untuk mengetahui pengaruh pemasaran dan pengembangan bisnis terhadap usaha UKM kuliner. Analisis data dilakukan dengan lebih dulu merumuskan masalah penelitian kemudian menelusuri hasil penelitian dari 30 penelitian yang sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian meta analisis dikaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Pengaruh Pemasaran dan Pengembangan Bisnis terhadap Usaha UKM Kuliner

No	Judul	Peneliti	Variabel	Pengaruh (%)
1	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung	(Warganegara & Ardila, 2023)	Pemasaran, UMKM Kuliner	65,5
2	Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Umkm Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong)	(Avriyanti, 2022)	Pengembangan Usaha, Kuliner	59,8
3	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Pemasaran Online terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar	(Putri Warganegara & Bilbirri, 2022)	Pemasaran, Pengembangan, UMKM Kuliner	21,8

4	Implementasi Digital Marketing dan Strategi Pemasaran dalam Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Pohon Seribu Sasak Ranah Pasisie	(Asraf, Erdawati, Yuliza, & Utami, 2022)	Pemasaran, Pengembangan, UMKM	10,4
5	Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo	(Darma, K, Abdussamad, & Rahman, 2022)	Pemasaran, UMK Kuliner	60,6
6	Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Marketing Digital terhadap Kinerja Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru	(Ramadhani, Kusumah, & Hardilawati, 2022)	Pemasaran, UMKM	20,5
7	Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Marketing Digital terhadap Kinerja Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru	(Putri, Hidayati, & Basalamah, 2020)	Pemasaran, UMKM Kuliner	40,3
8	Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner	(Prumbaudy & Astuti, 2019)	Pemasaran, UMKM Kuliner	92,7
9	Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Inovasi pada UKM Kuliner Kota Medan	(Claudya, Suryani, & Parulian, 2020)	Pemasaran, UKM Kuliner	69,9
10	Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner	(Lestari, Astuti, & Ridwan, 2019)	UMKM Kuliner	94
11	Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru	(Sukriani, 2022)	UMKM Kuliner	51,4

12	Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar	(Fitrianti, 2022)	Pengembangan Usaha, UMKM Kuliner	89,2
13	Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung	(Putri S. V., 2023)	Pengembangan Usaha, UKM Kuliner	79
14	Pengaruh Inovasi dan Pengambilan Risiko terhadap Perkembangan Wirausaha Muda dalam Bidang Kuliner di Wilayah Binong Tangerang	(Juliana, 2019)	Pengembangan Bisnis, Kuliner	34,9
15	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Motivasi Intrinsik terhadap Pengembangan Usaha Kuliner di Tondano	(Asina, Soputan, & Sumual, 2021)	Pengembangan Usaha, Kuliner	7,5
16	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Khas Jambi	(Kurniawan & Nuringsih, 2022)	Pemasaran, UMKM Kuliner	81,40
17	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus UMKM Pendukung Wisata Kuliner di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung	(Ratnasari & Levyda, 2021)	Pengembangan Usaha, UMKM Kuliner	72,6
18	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Bisnis Kuliner	(Hartato & Handoyo, 2021)	Pengembangan Usaha, Kuliner	30,9
19	Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)	(Fatma & Ruzikna, 2024)		71,3

20	Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19	(Dahmiri, Bhayangkari, & Khalik, 2021)	Pengembangan Usaha, UMKM Kuliner	71,4
21	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo	(Rahadhini & Lamidi, 2020)	Pemasaran, UMKM Kuliner	45,5
22	Peran Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Kuliner	(Graciafernandy & Amaliyah, 2024)	Pemasaran, UMKM Kuliner	17,6
23	Efektifitas Komunikasi Pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Surabaya	(Sulistyo, 2019)	Pemasaran, UMKM Kuliner	50,2
24	Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner terhadap UMKM di Kota Pekanbaru	(Asnawi & Anggraini, 2019)	UMKM Kuliner	95,6
25	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi Informasi dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner Kelapa Gading, Jakarta Utara	(Afandi & Mahanani, 2022)	Pemasaran, UMKM Kuliner	31,8
26	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner di Kecamatan Sangatta Utara	(Cantika, Ellyawati, & Sutrisno, 2024)	Pemasaran, Kuliner	28,6
27	Pengaruh Penggunaan Media Digital terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan	(Aminartha, Lantara, & Arifuddin, 2023)	Pemasaran, Kuliner	60,2
28	Pengaruh Digital Marketing dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner di KotaTangerang di Masa COVID-19	(Wiliana & Purwaningsih, 2022)	Pemasaran, UMKM Kuliner	53

29	Pengaruh E-Marketing Mix UMKM Kuliner Malang terhadap Minat Beli Generasi Millennial pada Start-Up Food Delivery Online di Masa Pandemi	(Irawati, 2022)	Pemasaran, UMKM Kuliner	70
30	Pengaruh Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Baturaja Timur Kabupaten Oku	(Dewi & Herlina, 2021)	Pemasaran, UMKM Kuliner	61,8

Berdasarkan data analisis di atas, diperoleh pembahasan bahwa pemasaran dan pengembangan bisnis dapat meningkatkan usaha UKM kuliner meskipun hasil yang diperoleh berbeda-beda sebesar 7,5%-95,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran dan pengembangan bisnis terhadap usaha UKM kuliner berpengaruh signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa pemasaran dan pengembangan bisnis dapat meningkatkan usaha UKM kuliner meskipun hasil yang diperoleh berbeda-beda sebesar 7,5%-95,6%. Saran yang tepat untuk penelitian selanjutnya adalah dapat lebih memperluas variabel yang akan diteliti dan memperbanyak literatur berupa informasi penelitian-penelitian yang relevan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, mendalam dan efisien.

REFERENSI

- Afandi, A., & Mahanani, E. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi Informasi dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 88-97.
- Aminartha, D. S., Lantara, N. F., & Arifuddin. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Digital terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Economics and Digital Business Review*, 369-378.
- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 188-194.
- Asina, I., Soputan, G. J., & Sumual, M. G. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Motivasi Intrinsik terhadap Pengembangan Usaha Kuliner di Tondano. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 136-149.
- Asnawi, M., & Anggraini, N. (2019). Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner terhadap UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal*, 111-125.
- Asraf, Erdawati, Yuliza, M., & Utami, S. (2022). Implementasi Digital Marketing dan Strategi Pemasaran dalam Pengembangan UMKM pada Destinasi Wisata Pohon Seribu Sasak Ranah Pasisie. *Jurnal Ilmiah Bisnia dan Ekonomi Asia*, 14-24.
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Umkm Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 61-73.
- Cantika, A. P., Ellyawati, N., & Sutrisno. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner di Kecamatan Sangatta Utara. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 134-146.
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Inovasi pada UKM Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 8-18.

- Dahmiri, Bhayangkari, S. W., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 434-438.
- Darma, D. A., K. Z., Abdussamad, & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 238-250.
- Dewi, R., & Herlina, T. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 75-93.
- Fatma, M., & Ruzikna. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3518-3535.
- Fitriani, K., & Satyarini, R. (2023). Sumber Inovasi Industri Kuliner di Bandung : Dari mana datangnya inovasi? *INOBI: Jurnal Inovasi dan Manajemen Indonesia*, 343-349.
- Fitrianti, A. N. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 260-273.
- Gonda, G., Gorgenyi, H. E., Nathan, R. J., & Fekete, F. M. (2020). Competitive factors of fashion retail sector with special focus on SMEs. *Economies*, 95.
- Graciafernandy, M. A., & Amaliyah, E. E. (2024). Peran Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Kuliner. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 77-88.
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 980-989.
- Hofmann, K. H., Jacob, A., & Pizzingrilli, M. (2022). Overcoming Growth Challenges of Sustainable Ventures in the Fashion Industry: A Multinational Exploration. *Sustainability*, 10275.
- Irawati, R. (2022). Pengaruh E-Marketing Mix UMKM Kuliner Malang terhadap Minat Beli Generasi Millennial pada Start-Up Food Delivery Online di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 50-66.
- Juliana. (2019). Pengaruh Inovasi dan Pengambilan Risiko terhadap Perkembangan Wirausaha Muda dalam Bidang Kuliner di Wilayah Binong Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 1-12.
- Kurniawan, J. H., & Nuringsih, K. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Khas Jambi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 176-187.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 111-118.
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Anggraeni, C. M., & Setiyono, K. (2024). *Bisnis Kuliner (Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner)*. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Poerwanto, & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 59-72.
- Prambaudy, K., & Astuti, M. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 1-15.
- Pratama, S. P., & Maulida, S. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Digital pada Subsektor Kuliner dalam Sinergi Menuju Smart Economy Kota Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 69-84.
- Priantana, A. P., & Istiyanto, S. B. (2019). Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 133-139.

- Putri Warganegara, T. L., & Bilbirri, L. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Pemasaran Online terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 1-14.
- Putri, L. A., Hidayati, N., & Basalamah, R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Marketing Digital terhadap Kinerja Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 64-78.
- Putri, S. V. (2023). Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 2942-2957.
- Rahadhini, M. D., & Lamidi. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 81-91.
- Rahayu, Y. A. (2017). Merdeka. Retrieved from Industri kreatif sumbang 7,38 persen terhadap PDB nasional:.
- Rahim, A. R., & Radjab, E. (2016). *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Marketing Digital terhadap Kinerja Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *Economis, Accounting and Business Journal*, 344-354.
- Ratnasari, K., & Levyda. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus UMKM Pendukung Wisata Kuliner di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 1-10.
- Sanjaya, V. F., Shelawati, D., Ghata, L., & Berama. (2020). Ife Life dan Grand Strategy Industri Kuliner. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 159-170.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 51-60.
- Suci, Y. R. (2008). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. UU No. 20 Tahun 2008, 1-31.
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 64-71.
- Sulistyo, A. P. (2019). Efektifitas Komunikasi Pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 75-91.
- Utama, I. D. (2020). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-10.
- Wahyono, D., Supriandi, & Pontoan, D. R. (2023). Menguji Hubungan Antara Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Keterlibatan Karyawan Terhadap Profitabilitas UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 106-117.
- Warganegara, T. P., & Ardila, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 647-653.
- Warganegara, T. P., & Bilbirri, L. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Pemasaran Online terhadap Pengembangan UMKM Kuliner di Kecamatan Natar. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 1-14.
- Wiliana, E., & Purwaningsih, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner di KotaTangerang di Masa COVID-19. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 264-273.
- Zulfikri, A., & Iskandar, Y. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Industri Kuliner Di Kawasan Wisata Pantai Ujung Genteng Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 42-29.